

ABSTRACT

Conceptually, Knowledge Management is the organization's activities in managing knowledge as an asset, it is necessary that knowledge is properly distributed to the right people and in swift time, until they can interact, share knowledge and apply it in their daily work in order to improve organizational performance. In the study of higher education, in addition to being an element forming a sustainable competitive advantage, knowledge is also the value created by the college to be conveyed to consumers. This research discusses the understanding of knowledge management that is implemented in universities.

Keywords: *knowledge management, university, consumer*

ABSTRAK

Secara konseptual, Knowledge Management merupakan kegiatan organisasi dalam mengelola pengetahuan sebagai aset, diperlukan upaya penyaluran pengetahuan yang tepat kepada orang yang tepat dan dalam waktu yang cepat, hingga mereka bisa saling berinteraksi, berbagi pengetahuan dan mengaplikasikannya dalam pekerjaan sehari-hari demi peningkatan kinerja organisasi. Pada kajian pendidikan tinggi, selain merupakan unsur pembentuk keunggulan bersaing yang berkesinambungan, knowledge juga merupakan value yang diciptakan oleh perguruan tinggi untuk disampaikan kepada konsumennya. Penelitian ini membahas pemahaman knowledge management yang diimplementasikan di perguruan tinggi,

Kata kunci: *knowledge management, perguruan tinggi, konsumen*